

ევროკავშირის სამართლებრივ აქტთან შესაბამისობის ცხრილი

<p>ევროკავშირის სამართლებრივი აქტი:</p> <p>C-295/16 ეუროპამურ ალიმენტაციონ (სს) მურსია ავტონომიური თემის ვაჭრობისა და მომხმარებელთა დაცვის გენერალური დირექტორატის წინააღმდეგ;</p> <p>C-515/12 შპს. 4ფინანსი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყებისა და ლიტვის რესპუბლიკის ფინანსთა სამინისტროს დაქვემდებარებაში მყოფი სახელმწიფო საგადასახადო ინსპექციის წინააღმდეგ;</p> <p>C-421/12 - კომისია ბელგიის წინააღმდეგ;</p> <p>C-206/11 გეორგ კიოქი უსამართლო კონკურენციისგან დაცვის ასოციაციის წინააღმდეგ;</p> <p>C-122/10 შვედეთის მომხმარებელთა დაცვის ომბუდსმენი - შპს „ვინგ სვარიე“-ს წინააღმდეგ;</p> <p>C-304/08 უსამართლო კონკურენციასთან ბრძოლის ცენტრი, შპს „ფლას ვარენჰადელსგესელშაფტის“ წინააღმდეგ.</p>		<p>საქართველოს ნორმატიული აქტის/აქტების პროექტი/პროექტები და შესაბამისი მოქმედი ნორმატიული აქტი/აქტები, არსებობის შემთხვევაში:</p> <ol style="list-style-type: none"> საქართველოს კანონის პროექტი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“. „საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი“ <p>შესაბამისობა: სშ – სრულად შესაბამისი ნშ – ნაწილობრივ შესაბამისი შ – შეუსაბამო ას – არასავალდებულო</p>				
1	2	3	4	5	6	7
C-295/16 - დასკვნითი დებულება	შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC (უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკა) უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ კრძალავდეს ეროვნული კანონმდებლობის ისეთ				სშ	

	დანაწესებს, რომლებითაც იკრძალება წაგებაზე ორიენტირებული გაყიდვები ან რომლებიც აკრძალვისთვის აწესებენ ისეთ კრიტერიუმებს, რომლებიც ამ დირექტივით არ არის გათვალისწინებული.				
C-515/12 - დასკვნითი დებულება	შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივის - 2005/29/EC 1-ლი დანართის მე-14 პუნქტი უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ პირამიდული სქემა წარმოადგენდეს უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკას მხოლოდ ისეთ შემთხვევებში, როდესაც მომხმარებელი ვალდებულია გადაიხადოს მოსაკრებელი შესაძლებლობისთვის, რომ მოგვიანებით შემოსავალი უპირატესად სქემაში სხვა მომხმარებლების ჩართვით მიიღოს და არა საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის ხარჯზე.	1	29.1	კ) ისეთი პირამიდული სქემის ჩამოყალიბება, მართვა ან მისი განვითარების ხელშეწყობა, სადაც მომხმარებელს უჩნდება მოლოდინი, რომ სარგებლის უმეტეს წილს მიიღებს არა პროდუქტის გაყიდვიდან ან მოხმარებიდან, არამედ პირამიდულ სქემაში სხვა მომხმარებლების ჩართვის ხარჯზე;	სშ
C-421/12 – დასკვნითი დებულება. ნაწ. 1	შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივის - 2005/29/EC მიზნებისთვის: - არ უნდა გამოირიცხოს სტომატოლოგები და ფიზიოთერაპევტები; - აკრძალულია უფრო მკაცრი რეგულირების შემოღება, იმ ურთიერთობებთან დაკავშირებით, რომელიც დირექტივით რეგულირდება; - წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ ძალაში				სშ

	<p>დატოვონ მხოლოდ ის უფრო მკაცრი საკანონმდებლო ჩანაწერები, რომლებიც დირექტივის მიღებამდე იყო ძალაში.</p> <p>ამ მოთხოვნების დარღვევით, ბელგიის სამეფომ ვერ შეასრულა დირექტივის 2(b), 2(d), მე-3 და მე-4 მუხლებით აღებული ვალდებულებები.</p>					
<p>C-206/11 - დასკვნითი დებულება</p>	<p>შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ ეროვნულმა სასამართლოებმა, მხოლოდ იმ საფუძველით, რომ კომერციული პრაქტიკა არ იყო წინასწარ ნებადართული კომპეტენტური ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ, არ მიიჩნიონ ისეთ უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად, რომელსაც მოიცავს დირექტივის 1-ლი დანართი.</p> <p>თუ კომერციული პრაქტიკა პირდაპირ არ არის გათვალისწინებული დანართით, როგორც შეცდომაში შემყვანი ან აგრესიული კომერციული პრაქტიკა, სასამართლომ თითოეული შემთხვევა უნდა შეისწავლოს დირექტივის მე-5-დან მე-9 მუხლის ჩათვლით გათვალისწინებული კრიტერიუმების საფუძველზე.</p>	<p>1</p>	<p>29.1</p>	<p>ამ მუხლით გათვალისწინებული კომერციული პრაქტიკა ყველა შემთხვევაში მიიჩნევა უსამართლოდ და შესაბამისად, აკრძალულ საქმიანობად.</p>	<p>სშ</p>	

<p>C-122/10 - დასკვნითი დებულება ნაწ. 1</p>	<p>შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივის 2005/29/EC</p> <p>მე-2 მუხლის (i) ქვეპუნქტის წინადადება „მომხმარებელს შესაძლებლობა ეძლევა, განახორციელოს შესყიდვა“ უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ მოწვევა ოფერტზე განთავსებულად ჩაითვალოს იმ მომენტიდან, როდესაც ინფორმაცია პროდუქტის შესახებ და მისი ფასი, რაც მოცემულია რეკლამაში, საკმარისია მომხმარებლის მიერ გადაწყვეტილების მისაღებად, იმ საჭიროების გარეშე, რომ სავაჭრო კომუნიკაციისას შეთავაზებული იყოს პროდუქტის შეძენის უშუალო ან სხვაგვარი შესაძლებლობა.</p>			სშ	
<p>C-122/10 - დასკვნითი დებულება ნაწ. 2</p>	<p>დირექტივის მე-2 მუხლის (i) ქვეპუნქტი უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ ვალდებულება, რომელიც ფასის მითითებას ეხება, შესრულებულად ჩაითვალოს თუ სავაჭრო კომუნიკაციაში ნაჩვენებია პროდუქტის ან პროდუქტთა კატეგორიის შესაძენად შესაძლო ყველაზე დაბალი ფასი (საწყისი ფასი), მაშინ როდესაც ასეთი პროდუქტი განსხვავებული ვერსიით ან შემადგენლობით ხელმისაწვდომია ისეთ ფასად, რომელიც რეკლამაში არ იყო მითითებული.</p> <p>განმხილველმა სასამართლომ უნდა დაადგინოს, პროდუქტის მახასიათებლებისა და გამოყენებული სარეკლამო საშუალებაზე დაყრდნობით, უნდა დადგინოს საწყისი ფასის მითითება აძლევს თუ არა მომხმარებელს საშუალებას მიიღოს შეძენის</p>			სშ	

	შესახებ გადაწყვეტილება.				
C-122/10 - დასკვნითი დებულება ნაწ. 3	დირექტივის მე-2 მუხლის (i) ქვეპუნქტი უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ გულისხმობდეს, რომ პროდუქტზე ზეპირი ან გამოსახულებითი მითითება შესაძლებელს ხდიდეს დააკმაყოფილოს პროდუქტის ძირითად მახასიათებლებთან დაკავშირებული მოთხოვნები, განსაკუთრებით ისეთ შემთხვევებში, როდესაც ასეთი ზეპირი თუ გამოსახულებითი მითითება გამოიყენება ისეთი პროდუქტების ერთმანეთისგან გასარჩევად, რომლებიც რამდენიმე ვერსიით არიან წარმოდგენილი. ეროვნულმა სასამართლოებმა, პროდუქტის მახასიათებლებისა და გამოყენებული საკომუნიკაციო საშუალების გათვალისწინებით, თითოეული საქმის კონკრეტული გარემოებების გათვალისწინებით უნდა დაადგინონ ჰქონდა თუ არა მომხმარებელს საკმარისი ინფორმაცია პროდუქტის სხვა პროდუქტისგან გასარჩევად, რათა მის შესაძენად მიეღო გადაწყვეტილება.	1	27.1	შეცდომაში შემყვანია მოვაჭრის უმოქმედობით გამოხატული კომერციული პრაქტიკა, როდესაც კონკრეტულ შემთხვევაში, ყველა ფაქტობრივი გარემოებისა და საკომუნიკაციო საშუალების მახასიათებლების შეზღუდუპელობის გათვალისწინებით, ინფორმაციის ფაქტობრივი შინაარსი არ შეიცავს არსებითი ხასიათის ინფორმაციას, რომელიც საჭიროა საშუალო მომხმარებლისთვის ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად და რის შედეგადაც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც ამ ინფორმაციის მიღების შემთხვევაში არ დადებდა.	სშ
C-122/10 - დასკვნითი დებულება ნაწ. 4	დირექტივის მე-7 მუხლის მე-4 პუნქტის (a) ქვეპუნქტი უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ გულისხმობდეს პროდუქტთან დაკავშირებით მხოლოდ ძირითადი მახასიათებლების მიწოდების ვალდებულებას და მოვაჭრეს ჰქონდეს შესაძლებლობა დამატებითი ინფორმაციის მისაღებად მიუთითოს ინტერნეტ გვერდზე, იმ პირობით, რომ ამ გვერდზე მითითებული ინფორმაცია	1	5.1	ა) პროდუქტის დასახელების, მწარმოებლის და პროდუქტის შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის ზომის,	სშ

	<p>პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლების, ფასისა და სხვა პირობების შესახებ შეესაბამება დირექტივის მე-7 მუხლის მოთხოვნებს. განმხილველმა სასამართლომ, ოფერტზე მოწვევის შინაარსის, გამოყენებული სარეკლამო საშუალებისა და პროდუქტის მახასიათებლების გათვალისწინებით, თითოეულ საქმეზე უნდა დაადგინოს მისცემს თუ არა მომხმარებელს მხოლოდ ძირითადი ინფორმაციის მიწოდება იმის საშუალებას, რომ მიიღოს გადაწყვეტილება შეძენის თაობაზე.</p>			<p>შესაძლებლობების) გათვალისწინებით.</p>		
<p>C-122/10 - დასკვნითი დებულება ნაწ. 5</p>	<p>დირექტივის მე-7 მუხლის მე-4 პუნქტის (c) ქვეპუნქტი უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ ოფერტზე მოწვევისას საწყისი ფასის მითითება თავისთავად არ გულისხმობდეს უმოქმედობით განხორციელებულ უსამართლო კომერციულ პრაქტიკას. ეროვნულმა სასამართლოებმა უნდა დაადგინონ საწყისი ფასის მითითება აკმაყოფილებს თუ არა ფასის მითითებასთან დაკავშირებულ მოთხოვნებს. სასამართლოს, მათ შორის, მოუწევს დაადგინოს საბოლოო ფასის გამოსათვლელად საჭირო დეტალური წესების მიუთითებლობა მომხმარებელს უშლის თუ არა ხელს მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება პროდუქტის შესაძენად და შედეგად, იღებს ისეთ გადაწყვეტილებას, რომელსაც სხვაგვარად არ მიიღებდა. ასევე, ეროვნულმა სასამართლოებმა მხედველობაში უნდა მიიღონ ის შეზღუდვები, რომლებიც გამოყენებული საკომუნიკაციო საშუალების</p>	<p>1</p>	<p>5.1</p> <p>6.3</p> <p>27.4</p>	<p>დ) პროდუქტის სრული ფასის შესახებ, ძირითადი და დამატებითი (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და სხვ.) ხარჯების მითითებით. ასევე, თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე ასეთი ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მისი გამოთვლის წესი და ინფორმაცია, რომ დამატებითი ხარჯი შეიძლება წარმოიშვას.</p> <p>საქონელზე, რომელიც წინასწარ არ არის შეფუთული და აიწონება ან აიზომება მომხმარებლის თვალწინ, საკმარისია მხოლოდ ერთეულის ფასის მითითება.</p> <p>გ) პროდუქტის სრული ფასი, ძირითადი და დამატებითი (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და სხვ.)</p>	<p>სშ</p>	

	<p>განუყოფელი ნაწილია; პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლები და ის ზომები, რომლებიც მოვაჭრემ მიიღო მომხმარებლისათვის ინფორმაცია ხელმისაწვდომი რომ ყოფილიყო.</p>		<p>ხარჯების მითითებით. თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე მისი ძირითადი ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მისი გამოთვლის წესი. იმ შემთხვევაში, თუ დამატებითი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია, ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ ამგვარი ხარჯების დაფარვის ვალდებულება წარმოიშობა;</p>		
<p>C-304/08 - დასკვნითი დებულება</p>	<p>შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC უნდა განიმარტოს იმგვარად, რომ ეროვნული კანონმდებლობა, რომელიც აწესებს, რომ პრიზის მიღებასთან დაკავშირებული შეჯიბრი ან ლატარია, როდესაც მასში მონაწილეობა უკავშირდება პროდუქტის შეძენას, ჩაითვალოს უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად, თითოეული საქმის კონკრეტული გარემოებების შესწავლის გარეშე.</p>			<p>სშ</p>	